

¿Y que tal si escuchamos a la audiencia?

Recomendaciones para la Promoción de la Participación y el Derecho a la Comunicación para Emisoras Comunitarias del Huila



¿Y qué tal si escuchamos a la audiencia? Recomendaciones para la Promoción de la Participación y el Derecho a la Comunicación para Emisoras Comunitarias del Huila

Coordinador de Investigación

Diego Fernando Rodriguez Barrera

Asistentes y Consultores de Investigación

Carlos Ernesto Gómez Sánchez

Daniel Hoyos Mateus

Óscar Arnulfo Cardozo Cardozo

Rolando Esteban Rosero

Auxiliares de Investigación

Jimena Del Mar Jaimes Díaz

Jorge Luis Rodriguez Barrera

Valentina Galvis Elizalde

Darío Alberto Giraldo Rivera

Maria Luz Pou

Coordinador Administrativo

Jose Rafael Rodriguez Mora

Comunicadora

Valentina Galvis Elizalde

Asociación Cultural y Ambientalista del Sur - ACAS
Garzón, Huila, Colombia. 2024.

Esta publicación fue realizada con el apoyo del Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de las Culturas, Las Artes y Los Saberes, Gobierno de Colombia.

Correspondencia o solicitudes: Transversal 21 #2-12 SUR, Garzón, Huila, Colombia
Correo: asociacion.acas@gmail.com
Teléfono: +57 3123179444

¿Cómo fomentar la participación entre oyentes y no oyentes de radio? Recomendaciones para las emisoras comunitarias del centro del Huila, a propósito de un estudio con enfoque en el derecho a la comunicación

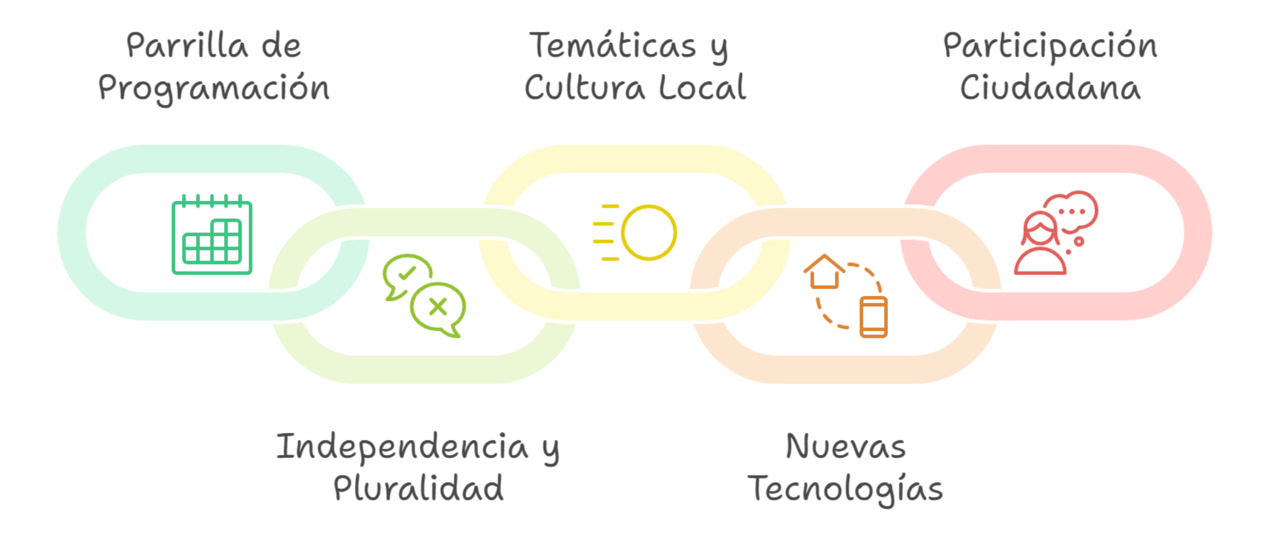
Este documento está dirigido a las personas que hacen parte de las emisoras comunitarias del centro del Huila, bien sea como personal operativo, directivo o de apoyo. Ustedes, que dedican su esfuerzo y trabajo a tener viva la señal de radio que todos los días cuenta y registra los sucesos, los sentimientos y las experiencias de un municipio o una región, no sólo tienen el reconocimiento de quienes los escuchan, también tienen una responsabilidad especial con la sociedad del territorio donde tienen cobertura e incidencia.

El contexto en el que ustedes se mueven todos los días es desafiante y seguramente muchos años de experiencia les han permitido aprender a hacer las cosas de una manera; pero consideramos que siempre es bueno poder parar un momento a reflexionar sobre lo que hacemos e identificar qué cosas deben cambiarse o mejorarse, si se trata de poder adaptarse a la realidad cambiante de la comunicación, pero también desarrollar

una actividad coherente con la función social y el servicio público que ustedes prestan.

Por ello decidimos brindar una serie de ideas y reflexiones a propósito de un asunto que nos parece que es el centro de todo: la gente y su derecho a la comunicación. Estas ideas que presentamos aquí son producto de una investigación (ACAS, 2024) que intentó mantener niveles de rigor y objetividad, que, sin embargo, no intenta ser unas palabras escritas en piedra sino un insumo y un aporte al trabajo que ustedes hacen.

Les invitamos a leerlo y tomar de él lo que consideren, además de motivar a profundizar en los hallazgos a través de los diferentes informes y documentos de trabajo que elaboramos. Aquí encontrarán una serie de recomendaciones para mejorar esa relación que tienen con las audiencias y para implementar procesos que complementen su gestión actual.



El documento está organizado en cinco ejes fundamentales que surgieron del análisis de la información recopilada: la parrilla de programación, la independencia y pluralidad, los temas y la cultura local, las nuevas tecnologías, y la participación ciudadana.

Para cada uno de estos aspectos, presentamos primero un diagnóstico basado en nuestra investigación y luego ofrecemos recomendaciones específicas y realizables.

Carlos Ernesto Gómez Sanchez

Diego Fernando Rodriguez Barrera

Asociación Cultural y Ambientalista del Sur

Introducción

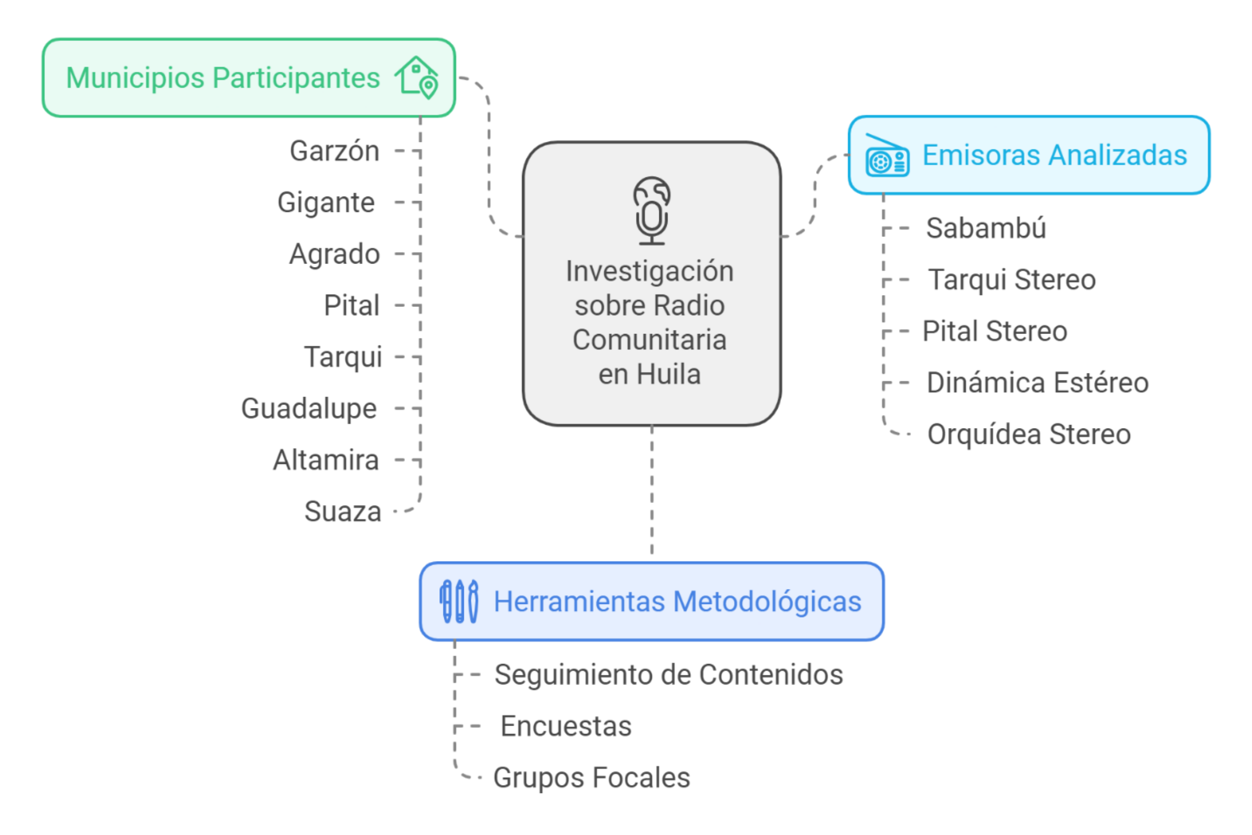
En Colombia y en el departamento del Huila en particular, la falta de estudios sobre la radiodifusión sonora, que permitan generar una información lo suficientemente completa y fiable para comprender el fenómeno comunicativo en los últimos 20 años, hace especialmente desafiante el llevar a cabo nuevos proyectos de radio comunitaria en la región o incluso evaluar el estado de las emisoras ya existentes con la mirada puesta en las oportunidades de mejora.

"Una mirada a la audiencia de la radio comunitaria del centro del Huila: Experiencias de representación, identidad y participación", proyecto ganador de Estímulos Públicos Sonoros 2024, del Ministerio de Cultura, desarrollado por la Asociación Cultural y Ambientalista del Sur, ACAS, es una investigación interesada en buscar responder a la necesidad imperante de reconocer en la radio comunitaria una empresa con función social y cultural fundamental para la construcción de una sociedad más democrática, dialogante e inclusiva.

El estudio no solo se plantea como un reflejo del panorama actual de la radio en estos municipios, sino que también pretende servir como guía para futuras investigaciones y desarrollos en el ámbito de los medios de comunicación. Comprender mejor el rol de la radio en la vida diaria de las personas permitirá diseñar estrategias más efectivas que fomenten un mayor compromiso y participación de la audiencia, así como promover la inclusión de voces diversas en el discurso mediático.

La investigación se realizó implementando tres herramientas metodológicas: un seguimiento de contenidos de las emisoras que permitió comprender la parrilla de programación y así su compromiso con la participación ciudadana; una encuesta a las

audiencias que busca caracterizarlas al mismo tiempo, indagando en sus preferencias e intereses, así como el uso de nuevas tecnologías; y finalmente unos grupos focales que ahondaron en algunos de esos temas. Fueron 8 municipios los involucrados en esta investigación (Garzón, Gigante, Agrado, Pital, Tarqui, Guadalupe, Altamira y Suaza) y pudimos analizar la oferta de programación de 5 emisoras: Sabambú Stereo, Tarqui Stereo, Pital Stereo, Dinámica Estéreo y Orquídea Stereo.



En el entendido que es un primer vistazo al fenómeno de la radio comunitaria en el centro del Huila, esta indagación se impulsa en el propósito de identificar las grandes tendencias y relaciones, así como entregar puntos de interés para desarrollar procesos de mejora, articulación o innovación en la relación audiencias-emisoras.

Las emisoras comunitarias del centro del Huila juegan un papel vital en la construcción de identidad, fomento de la participación ciudadana y representación cultural. Su cercanía con la audiencia, su enfoque en temas locales y su uso del lenguaje regional son

fortalezas significativas. Sin embargo, enfrentan desafíos importantes en términos de diversidad de voces, independencia editorial y profundidad en la participación ciudadana.

Queremos entregar recomendaciones y reflexiones para la consideración de los proyectos comunicativos en la región, para que fortalezcan sus procesos y gestiones alrededor del servicio público de radiodifusión sonora en la modalidad radio comunitaria. Esperamos que sean ideas útiles y que se vuelvan también materia de discusión y reformulación para los equipos de las emisoras, adaptándose a cada contexto específico.

De la Parrilla de Programación

Si bien el foco de la investigación fueron las audiencias, el estudio de los contenidos permitió un vistazo sobre el funcionamiento de la parrilla de programación de sus emisoras y las dinámicas de interacción y participación de las comunidades en las mismas.

Las emisoras estudiadas muestran que la participación de las comunidades es muy limitada en cuanto a tiempos totales (con un promedio de 2 minutos por hora al aire durante toda una jornada), y reducida a unas cuantas formas particulares de interacción al aire: Solo se abre el micrófono para petición de temas musicales, saludos, reportes de sintonía, o en el mejor de los casos, durante los noticieros o informativos, las personas llaman para opinar o denunciar asuntos del municipio.

Estamos hablando de una programación con sólo 5 tipos de programas, que gira en torno a la programación musical, con muy poca producción de programas hablados y casi nula interacción al aire con la audiencia, que da una relativa importancia de los

noticieros, por ser ellos el canal predilecto para relacionarse con comunidades y con lo que pasa en el municipio.

Notamos que esta poca diversidad en programas, además de sus características tradicionales de distribución de secciones (en el caso de los noticieros), tandas musicales, espacio publicitario y llamadas al aire, puede deberse a unas costumbres de la radio en el centro del Huila, lo que permite a la audiencia saber de antemano con qué se va a encontrar y reconocerlo fácilmente; sin embargo, también da muestra de las dificultades para producir más y mejores contenidos, innovar en la programación y generar espacios con mayor participación de la audiencia en los procesos de producción de los programas.

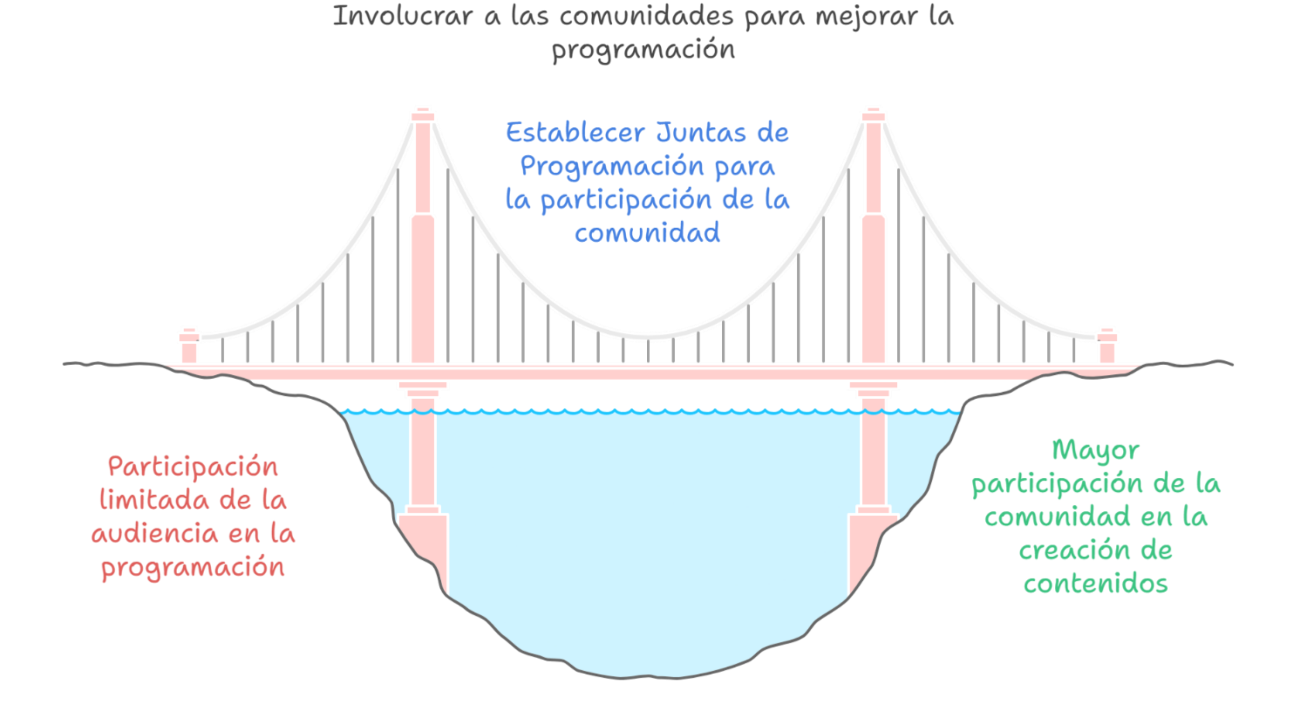
Por ejemplo, consideramos que es evidente que se está diluyendo la oportunidad de conectar con la audiencia a través de la música y de manera amena contribuir a la formación de la ciudadanía en temas culturales, artísticos, históricos y de actualidad. La misma programación musical da muestra de un estancamiento y falta de diversidad, que, con contadas excepciones en algunas emisoras, no muestra franjas juveniles, infantiles, artistas locales y otro tipo de enfoques.

Frente a este panorama de limitada diversidad programática y participación restringida, es necesario considerar acciones concretas que permitan ampliar tanto los espacios como las formas de participación. Las siguientes recomendaciones buscan abordar estas limitaciones desde una perspectiva práctica y realizable:

1. La figura de la Junta de Programación podría ser muy útil en la búsqueda de mejorar las parrillas. La Junta de Programación es una buena manera de iniciar un ejercicio de concertación con las comunidades (audiencias y consumidores), sobre los contenidos y uso de los horarios

en la parrilla de programación. Se debe entender este espacio como la oportunidad de comprender mejor a los usuarios del proyecto comunicativo propuesto.

Sabemos que las Juntas de Programación pueden ser escenarios complejos en su continuidad, composición y efectividad, pero si no activamos los espacios formales de participación que corresponden a las emisoras por su naturaleza comunitaria, será difícil poder generar nuevas propuestas que se acoplen a los intereses de la gente; el desconocimiento generalizado de esta figura por parte de la audiencia es una primera barrera por romper.



2. En segundo lugar, consideramos relevante poder generar procesos de producción y creación de contenidos y programas, donde haya participación de la gente. La investigación nos permitió conocer que si bien la audiencia no conoce ni ha tenido oportunidades para estar al aire y participar de la producción de programas, sí hay una buena porción de oyentes dispuestos a involucrarse más con la

emisora y explorar la radio no solo como un canal para recibir información sino también para poder decir lo que siente, piensa y conoce. Incluso en quienes no escuchan radio, hay un considerable grupo de gente que dice abiertamente que le gustaría participar en la producción de programas de radio.

3. Sugerimos iniciar con programas piloto de corta duración (1-2 horas semanales) donde grupos específicos de la comunidad puedan desarrollar completamente el contenido bajo la mentoría del equipo de la emisora. La clave está en comenzar con formatos simples pero significativos, que requieran una inversión mínima de recursos, pero maximicen el impacto en términos de participación comunitaria.

¿No creen ustedes que en la medida en que la gente se escucha a sí misma, escucha a sus vecinos o familiares en la radio, no se va a sentir más motivada a seguir escuchando e interactuando con la emisora? Esta es una estrategia que poco se ha explorado; el reto está en darle sostenibilidad y continuidad a estos ejercicios de producción participativa y de espacios radiales ciudadanos dentro de las parrillas de programación.

De la independencia y pluralidad

La independencia y la pluralidad son pilares fundamentales de cualquier medio de comunicación comunitario. Un hallazgo crucial de nuestra investigación fue la tensión que existe entre el rol de las emisoras como actores locales cercanos a las instituciones y su necesidad de mantener autonomía editorial. Esta tensión se hace evidente en varios aspectos de la programación y merece

especial atención si queremos fortalecer el papel democrático de las emisoras comunitarias.

El análisis de contenido de las emisoras comunitarias del centro del Huila revela un panorama complejo y dinámico, donde se entrelazan fortalezas, debilidades y oportunidades. Las emisoras desempeñan un papel fundamental en la construcción de identidad local y regional, proporcionando información relevante y cercana a la audiencia. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos en términos de diversidad de temas y voces, así como el fomento del pensamiento crítico.

En el análisis de contenido fue constatable que los espacios donde se habla de problemas sociales, asuntos de interés común para la gente del municipio o incluso sucesos de la vida nacional, eran abordados desde una perspectiva editorial parcializada.

En algunas ocasiones dicha parcialidad era notoria cuando sólo se presentan versiones y declaraciones de actores institucionales (funcionarios, autoridades municipales, fuerza pública, etc.); o porque no se ahondaba en cuestionamientos o críticas hacia las administraciones municipales, o incluso porque directamente los invitados formales o los comunicadores expresaban opiniones haciendo proselitismo o polémica política ante situaciones y personalidades.

Si bien no se trata de censurar opiniones o pretender no acudir a las fuentes institucionales; es necesario que las emisoras promuevan, como práctica común de sus contenidos, la pluralidad de perspectivas y voces. Si bien cada medio puede construir posiciones editoriales, el deber de la emisora como prestadora de un servicio público, es fomentar el debate público y la valoración de las posturas de los distintos sectores de la sociedad.

Un comentario frecuente durante los grupos focales era la necesidad de las personas de confiar en lo que se comunica a

través de la emisora, y la importancia de la veracidad y objetividad de la información, así mismo la clara postura de los oyentes hacia no convertir a la emisora en aliada de intereses de administraciones municipales, que impidan la revisión a sus acciones por parte de la ciudadanía. Así pues, la pluralidad y la independencia se convierten en objetivos y prácticas que garantizan a la población un servicio de radiodifusión que promueva la democracia y la participación ciudadana.

Estas observaciones señalan la necesidad de fortalecer tanto la capacidad periodística como la independencia editorial de las emisoras comunitarias. Para ello, proponemos un conjunto de acciones que buscan equilibrar el rol de servicio público con la construcción de una voz editorial propia, siempre teniendo en mente el fortalecimiento de la participación ciudadana y la promoción de los valores democráticos en los municipios:

1. Mayor separación entre contenido informativo y opinión editorial.
2. Ampliación de la diversidad de voces y perspectivas en su programación, incluyendo grupos subrepresentados.
3. Fortalecimiento de mecanismos de participación ciudadana más allá de las denuncias.
4. Desarrollo de contenidos que promuevan activamente el pensamiento crítico y el debate comunitario.
5. Fortalecer su función de vigilancia del poder público, manteniendo al mismo tiempo su valiosa conexión con las instituciones locales.
6. Fomentar el periodismo de investigación sobre problemas estructurales, articulando la labor informativa con procesos organizativos locales.

7. Establecer mecanismos claros de autorregulación como manuales de estilo y ética y crear protocolos para manejar presiones externas.
8. Conformar un comité editorial comunitario que se reúna mensualmente para evaluar la cobertura informativa y ayude a identificar temas prioritarios para la comunidad, así como ser un evaluador de la pluralidad de voces.

El desafío está en construir un modelo de periodismo comunitario que, sin perder el arraigo territorial, pueda contribuir más efectivamente a la democratización de la comunicación y al fortalecimiento de la participación ciudadana en sus territorios. Estos cambios podrían potenciar el papel de la radio comunitaria como un verdadero espacio de diálogo social, más que canal para la expresión de discursos particulares.



De los temas y la cultura local en el contenido

El contenido es el corazón de cualquier proyecto radiofónico. En nuestra investigación, exploramos tanto lo que las emisoras están transmitiendo como lo que las audiencias desean escuchar,

encontrando brechas significativas entre ambos aspectos. Si bien hay puntos de encuentro importantes, como el interés por la información local, existen también oportunidades inexploradas para diversificar y enriquecer la programación.

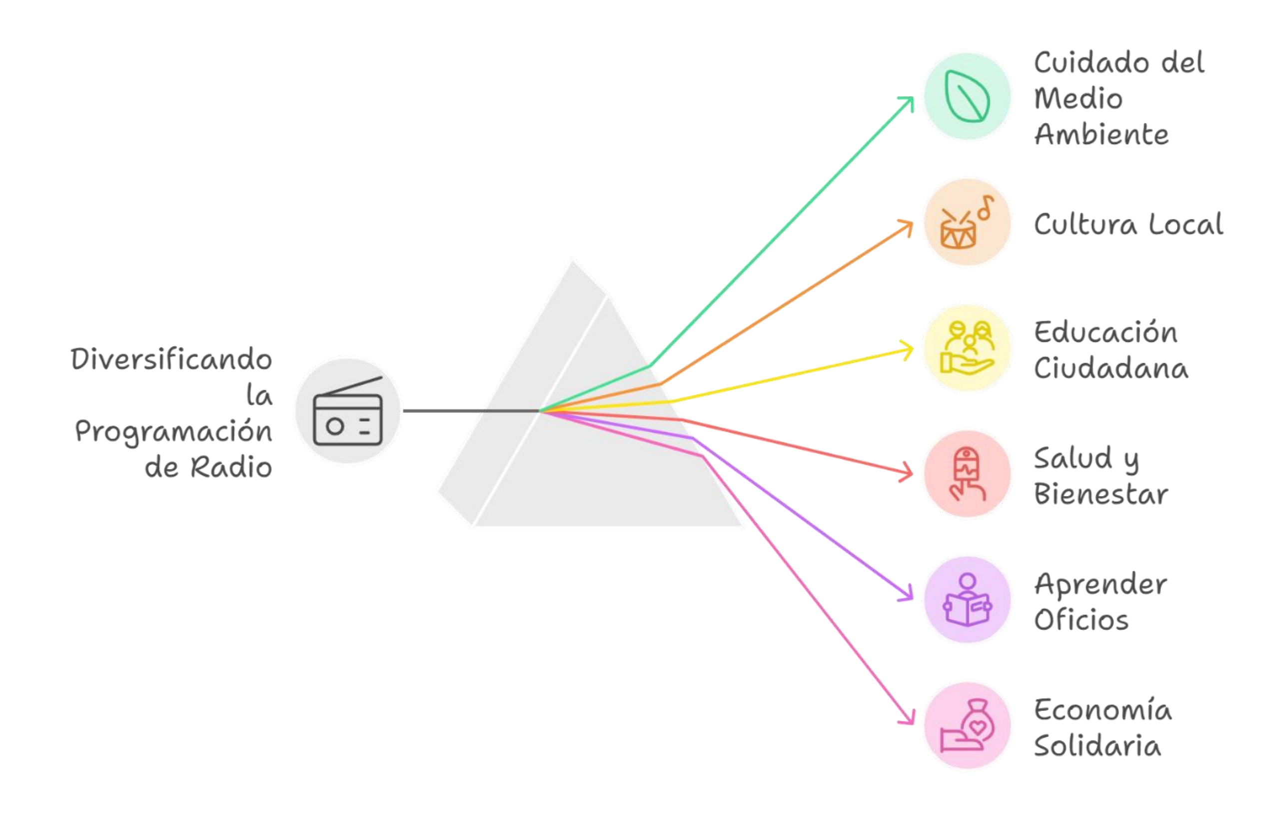
Una condición recurrente entre oyentes y no oyentes de radio es la valoración primordial -incluso sobre la música y otros temas- de las noticias locales y de estar informado sobre lo que pasa en el municipio como aquel tema que le da sentido y se vuelve el centro de su actividad comunicativa. En esto hay cierta coherencia y conexión con lo que ofrecen las emisoras actualmente, ya que hay un dedicado abordaje de lo local como una coordenada de la que se valen las emisoras, tanto para diferenciarse de otras propuestas mediáticas como para vincularse con sus audiencias. No obstante, este tema tiene muchas formas posibles de abordarse y por supuesto no es el único tema que la gente reporta como interés.

Hemos identificado una necesidad latente de diversificar los formatos y temas que se abordan desde la parrilla de programación. Los oyentes muestran una apertura importante para que en la radio se aborden temas como el cuidado del medio ambiente (con gran frecuencia de interés), la cultura del municipio y el aprendizaje de cómo ser un buen ciudadano. Por su parte, entre los no oyentes, además de la primacía en la apertura a escuchar contenido sobre cuidado del medio ambiente y la cultura local, aparecen temas como la salud y el bienestar, así como aprender oficios y economía solidaria.

Tal vez la clave está en considerar que la oferta actual de contenidos temáticos no es toda la que el público está dispuesto a consumir, pero además que hay grandes ausencias y posibilidades no realizadas con relación a dichos temas y la participación de la gente en la emisora. Por ejemplo, hablando solamente de la programación musical, hay un inmenso déficit

para con los artistas y la cultura locales, pues en la mayoría de las emisoras no se programa música creada localmente o música folklórica de manera frecuente y, con extraordinarias excepciones, se invita y se presentan temas musicales de artistas de la región.

Así las cosas, consideramos que hay una deuda y una oportunidad por asumirse por parte de las emisoras comunitarias. La cultura local puede ser un motor inimaginable de propuestas y actividades que redunden en la conexión con las comunidades, así como unidad de negocio comunicativo, desde la perspectiva económica. Pero así mismo, otros temas pueden ser incluidos en la producción comunicativa y conectar con las aperturas y necesidades de quienes ya escuchan radio, como los que abandonaron la radio por otros medios de comunicación.



Para aprovechar estas oportunidades y responder a los intereses diversos de la audiencia, consideramos fundamental implementar las siguientes acciones estratégicas:

1. Generar espacios y trabajos conjuntos con artistas y gestores culturales del municipio y la región para involucrar de manera más directa sus procesos con la producción comunicativa de la emisora.
2. Incorporar activamente nuevas temáticas e intereses en la producción, desarrollando canales de retroalimentación constante para consolidar dichas innovaciones temáticas y monitorear satisfacción de los intereses.
3. Explorar lo local más allá de la noticia; buscar formatos creativos para contar cosas del municipio y generar una representación más amplia de la realidad local.
4. Desarrollar un modelo de sostenibilidad basado en la cultura local que involucre artistas, gestores, festivales y eventos culturales locales, a partir de la provisión de servicios.
5. Planear un sistema de archivo cultural para crear una fonoteca digital de música local y documentar sistemáticamente las manifestaciones culturales del municipio, en alianza con instituciones educativas y de preservación del patrimonio (particularmente el sonoro).

De las nuevas tecnologías, aliadas y no enemigas

La relación entre la radio tradicional y las nuevas tecnologías digitales suele presentarse como una competencia o amenaza. Sin embargo, nuestra investigación revela un panorama más complejo y lleno de oportunidades. Nos encontramos ante un momento de

transición donde diferentes tecnologías no sólo coexisten, sino que se influencian mutuamente, creando nuevas posibilidades para la radio comunitaria. Las emisoras se encuentran en el centro de esta transformación, enfrentando el desafío de mantener su esencia mientras exploran las posibilidades y limitaciones que presentan las nuevas tecnologías digitales.

Sabemos que existe una brecha tecnológica importante entre las emisoras comunitarias del centro del Huila; algunas emisoras muestran contar con pocos recursos tecnológicos y humanos que permitan tener presencia constante y amplia en canales digitales o internet. No hay una inversión de tiempo y trabajo para construir contenidos específicos para plataformas digitales, más allá de transmisiones en vivo de la cabina de emisión o publicaciones de notas periodísticas con fotos. Así mismo, hay una concentración en Facebook y WhatsApp de interacciones muy básicas con la audiencia.

A la par, vimos que las audiencias son diversas en su dominio y uso de plataformas digitales e internet; la mayoría de oyentes no combinan su escucha radial con actividad digital, pues quienes incluso tienen dominio suficiente de estas tecnologías prefieren escuchar radio tradicionalmente y vincularse con las emisoras a través de estos canales analógicos. Del otro lado hay una audiencia distanciada, pero que está completamente integrada a lo digital y que se ha alejado de la radio como medio de comunicación, a la cual las emisoras no pueden llegar por encontrarse desligadas de los ámbitos de dicha audiencia.

Este panorama sugiere la necesidad de estrategias enfocadas en la retención y readaptación del medio a las nuevas realidades sociales y tecnológicas:

1. Desarrollar planes para la inversión y consolidación de infraestructuras digitales mínimas que permitan un acceso

alternativo a los contenidos comunicativos de la emisora de manera convergente; donde lo radial convencional siga teniendo su lugar, pero se amplíen las formas de interactuar con ella a través de plataformas digitales y página web.

2. Aprovechar los canales digitales para maximizar la participación al aire de los oyentes, pasar de la interacción reactiva y limitada a una interacción significativa, deliberativa y creativa; generando contenidos adaptados a las características de cada red social y maximizando los recursos disponibles.

Mejorando el Ecosistema Digital de la Radio



3. Generar alianzas con empresas, organizaciones sociales o entidades para promover la alfabetización digital de los oyentes de radio.

4. Agremiarse o apoyarse en asociaciones de radios comunitarias para implementar un programa de capacitación digital para el personal y miembros de las emisoras que cubra las necesidades más relevantes de producción de

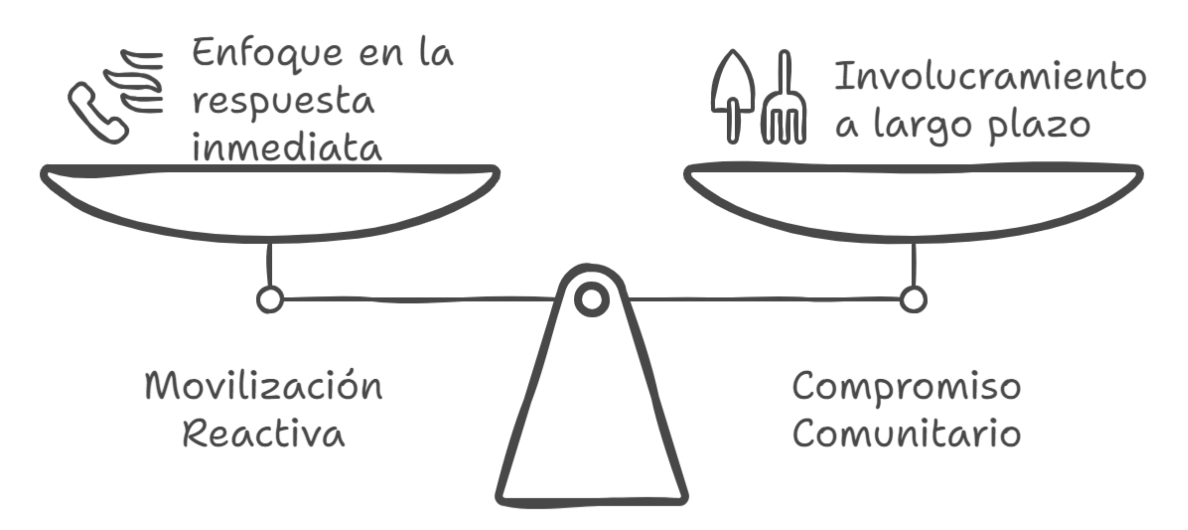
contenido multimedia, gestión de redes sociales y transmisión en vivo.

De la Participación Ciudadana

El proyecto comunicativo de la emisora comunitaria está en concordancia con los deberes y derechos ciudadanos en la búsqueda de un desarrollo social con base a lo comunitario, lo público, el individuo y sus relaciones con el contexto. Por ello, uno de los asuntos que intentamos indagar y del que se lograron hallazgos importantes es la dimensión de la participación ciudadana.

El análisis de contenido de las emisoras comunitarias del centro del Huila revela una distinción fundamental que merece especial atención: la diferencia sustancial entre la interacción básica como oyente, por un lado, y la participación efectiva como ciudadano en la gestión y desarrollo del medio comunitario en la otra; o incluso un nivel más alto, con la constitución como mediadores para lograr canalizar demandas sociales, visibilizar problemáticas y fomentar la consolidación de instancias de participación y movilización sobre asuntos comunes.

En la dimensión de desarrollo local y acción colectiva, se observa una paradoja interesante. Si bien las emisoras mantienen una fuerte conexión con las dinámicas territoriales, los llamados a la movilización comunitaria tienden a ser reactivos y específicos, generalmente en respuesta a emergencias o situaciones puntuales. Aunque durante las transmisiones se mencionan eventos comunitarios de distinta índole (particularmente celebraciones o reuniones informativas) y se invita a la audiencia a participar en ellos, no se observa un seguimiento o una promoción que motive una mayor implicación.



Equilibrando la Respuesta Inmediata y el Compromiso Sostenido

La articulación con procesos organizativos locales es débil, y no se evidencia una estrategia sostenida para fomentar la organización comunitaria más allá de momentos coyunturales. Esto contrasta con la tendencia que tienen los miembros de estas organizaciones a escuchar radio de manera más amplia a diferencia de aquellas personas que no están organizadas. Es preciso comentar que este vínculo puede tener más variables o factores correlacionados, pero sí da un indicio de que la participación ciudadana se convierte en un punto de conexión con la actividad comunicativa de las emisoras y ellas están llamadas a fortalecer y ampliar las capacidades de las comunidades para ejercer y exigir sus derechos.

Para superar este cortocircuito entre el ideal participativo y la realidad de una participación limitada y reactiva, es necesario desarrollar acciones específicas que fortalezcan los vínculos con las organizaciones sociales y promuevan una participación más sustantiva. Proponemos las siguientes medidas:

1. Incrementar activamente las invitaciones a participar de los programas de la emisora a integrantes de diversas organizaciones sociales como JAC, grupos artísticos, clubes

deportivos, grupos religiosos, veedurías, colectivos, asociaciones, entre otros.

2. Vincularse o tener la apertura a colaborar con las agendas públicas y reivindicativas de actores sociales que se movilizan para visibilizar sus problemáticas y propuestas.
3. Desarrollar producciones o piezas comunicativas que fomenten y visibilicen los espacios de participación ciudadana y las distintas formas de organización de las comunidades.

Comentarios Finales

La radio comunitaria enfrenta hoy un momento decisivo. Como lo establece la Constitución Política de Colombia en sus artículos 20, 30 y 70, los ciudadanos tienen derecho a expresar sus ideas y opiniones a través de los medios de comunicación en igualdad de oportunidades. Sin embargo, la materialización de este derecho se ve obstaculizada por múltiples factores: desde la precariedad de recursos y sostenibilidad financiera de las emisoras, hasta las barreras estructurales que limitan una participación más profunda de las comunidades.

Es fundamental recordar que una emisora comunitaria surge como un proyecto comunicativo y político desde las organizaciones de la sociedad civil. Un proyecto que implica por lo menos tres aspectos fundamentales: El aspecto político de incidencia y participación ciudadana; la producción y fortalecimiento de contenidos comunicativos (que se constituye en la experiencia radial) y, por último, la investigación, sistematización y producción de pensamiento sobre las temáticas de las comunidades. Con ello debe construir un plan financiero y de sostenibilidad que aborde los tres frentes: gestión administrativa y financiera; gestión del proyecto comunicativo; y la gestión del capital social y de las

audiencias. El gran negocio de esta empresa social es la construcción de ciudadanía, que, a su vez, tiene miles de posibles unidades de negocio.

Los hallazgos de esta investigación revelan tensiones importantes entre el potencial transformador de la radio comunitaria y sus prácticas actuales. Si bien existe un alto conocimiento de formas básicas de participación, la transición hacia modelos más profundos de involucramiento comunitario requiere transformar la comprensión colectiva de lo que significa participar en una emisora comunitaria.

La brecha entre el conocimiento de formas básicas de interacción al aire (llamadas y mensajes al aire) y las formas complejas de participación (producción, decisión y planificación) sugiere la existencia de barreras significativas para la evolución hacia modelos más participativos. Ello no es solo una cuestión de desconocimiento, sino posiblemente de cómo se ha construido socialmente el rol de la audiencia en relación con la emisora: más como receptores ocasionalmente activos que como potenciales co-creadores del medio.

La radio, en este caso, es un proyecto concertado con las comunidades y usuarios del servicio, con el que la emisora podrá ser una realidad viable y sostenible en el tiempo. El sentido al proyecto comunicativo lo deben dar los contenidos, debido a la producción participativa de las comunidades, pues es desde allí que la emisora impulsa la movilización social. La participación activa e incidente de la gente del territorio en el día a día de la emisora es el corazón y los pulmones del propósito radial.

El camino hacia adelante requiere un proceso de aprendizaje y transformación mutua. Las emisoras necesitan desarrollar una comprensión más profunda y práctica del derecho a la comunicación, mientras que las audiencias deben reconocerse

como sujetos activos en la construcción de narrativas y sentidos colectivos.

Las transformaciones tecnológicas y sociales actuales, si bien complejizan el panorama, también abren posibilidades para repensar y fortalecer el rol de la comunicación comunitaria en la construcción de sociedades más democráticas y participativas. Es preciso reconocer diferentes niveles e intensidades de vinculación, abordar las barreras que limitan la participación efectiva a pesar de que exista disposición, fortalecer las identidades colectivas alrededor de la radio y la participación en la emisora, y desarrollar estrategias diferenciadas para variados perfiles de audiencia que ahora sabemos que existen.

Ciclo de Mejora de la Comunicación Comunitaria



Desde la Asociación Cultural y Ambientalista del Sur, reafirmamos nuestro compromiso con el fortalecimiento de la radio comunitaria en el centro del Huila. Estamos dispuestos a dialogar sobre estas recomendaciones y a apoyar a las emisoras que decidan apostar por la implementación de procesos para fomentar la participación ciudadana. Creemos firmemente que el ejercicio del derecho a la comunicación es un pilar fundamental para la construcción de una sociedad más justa, democrática e inclusiva, y que las emisoras comunitarias son actores clave en este proceso.

Bibliografía

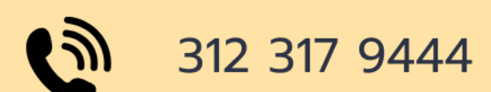
Asociación Cultural y Ambientalista del Sur - ACAS. (2024). *Una mirada a la audiencia de la radio comunitaria del centro del Huila: Experiencias de representación, identidad y participación. Informe ejecutivo.* Rodríguez Barrera, D. F. (Coord.). Garzón, Colombia: ACAS.

La radio comunitaria debe ser más que sólo escuchar: ejerzamos nuestro derecho a comunicar.

¿Te gustaría saber más?
Consulta nuestras redes sociales o escríbenos


Asociación Cultural y Ambientalista del Sur- ACAS


asociacion.acas@gmail.com


312 317 9444

Proyecto apoyado por el Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, Gobierno de Colombia

